

VĂN HÓA ĐỌC CỦA GIỚI TRẺ THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH TRONG KỶ NGUYÊN SỐ

TRẦN THỊ QUYÊN*

Tóm tắt: Sự phát triển công nghệ đã làm thay đổi mạnh mẽ cuộc sống và thói quen của con người, trong đó có thói quen đọc sách. Đối với giới trẻ, khả năng tiếp cận nhanh cùng với sở thích khám phá những điều mới mẻ khiến họ luôn sẵn sàng trải nghiệm các sản phẩm và dịch vụ xuất bản sáng tạo. Bài viết nghiên cứu xu hướng đọc của giới trẻ TP.HCM hiện nay trong sự phát triển của công nghệ hiện đại. Trên cơ sở đó, bài viết đưa ra một số giải pháp tiếp cận đến giới trẻ nhằm đáp ứng nhu cầu và đẩy mạnh văn hóa đọc trong kỷ nguyên số.

Từ khóa: văn hóa đọc, xu hướng đọc, giới trẻ, kỷ nguyên số, sách.

Abstract: The rapid evolution of technology has significantly transformed human lives and behaviors, including their reading practices. Among the youth, the ability to access information swiftly, coupled with their inherent curiosity for novelty, fosters a readiness to engage with innovative publishing products and services. This article examines the reading habits of young people in Ho Chi Minh City within the context of modern technological advancements. Based on these observations, this article proposes strategies to effectively connect with youth, addressing their preferences and fostering a thriving reading culture in the digital age.

Keywords: reading culture, reading trends, youth, digital age, books.

Sách là sản phẩm kết tinh lao động sáng tạo của con người được tích hợp và lưu truyền qua nhiều thế hệ, giữa các nền văn hóa khác nhau. Chứa đựng nguồn tri thức vô tận, sách giữ vị trí quan trọng trong tiến trình phát triển của mỗi cá nhân và nhân loại. Từ xa xưa, con người đã yêu quý, trân trọng sách, hình thành nên văn hóa đọc sách. Văn hóa đọc là một bộ phận trong sự đa dạng văn hóa của mỗi quốc gia, đồng thời là một giá trị văn hóa phổ biến trên thế giới. Trong mỗi thời kỳ lịch sử, văn hóa đọc có hình thái riêng, song nhìn chung, vai trò của văn hóa đọc đã được khẳng định qua hàng ngàn năm lịch sử. Đối với thế hệ trẻ, văn hóa đọc là hành trang trí tuệ, kỹ năng, tâm hồn và nhân cách cho cuộc sống và tương lai. Mặc dù sự lựa chọn dành cho giới trẻ ngày nay rất đa dạng, nhưng sách và văn hóa đọc vẫn là nền tảng hình thành, phát triển tư duy hệ thống, làm phong phú đời sống tinh thần và hướng tới các giá trị chân, thiện, mỹ.

1. Một số khái niệm

Văn hóa đọc

Văn hóa đọc là một giá trị quan trọng trong xã

hội được các nhà khoa học quan tâm nghiên cứu dưới nhiều góc độ khác nhau.

PGS, TS Trần Thị Minh Nguyệt và cộng sự cho rằng “văn hóa đọc là tổng thể các năng lực của chủ thể hướng tới việc tiếp nhận và sử dụng thông tin trong tài liệu; thể hiện ở khả năng định hướng tới tài liệu, khả năng lĩnh hội tài liệu một cách sáng tạo, đồng thời thể hiện ở cả thái độ ứng xử với tài liệu của mỗi người” (1). Theo đó, văn hóa đọc là một hoạt động sáng tạo của con người trong việc tiếp cận và lĩnh hội thông tin, tri thức thông qua tài liệu đồng thời mang bản chất văn hóa thể hiện thông qua thái độ ứng xử với tài liệu.

TS Lê Văn Viêt quan niệm “đọc ở một mức độ, trình độ nhất định nào đó thì mới được coi là văn hóa đọc” (2). Còn PGS, TS, nhà ngôn ngữ học Phạm Văn Tình đưa ra quan điểm “văn hóa đọc chính là thái độ, là cách ứng xử của chúng ta đối với tri thức sách vở. Phải biết đọc sao cho hợp lý và bổ ích. Đọc sao cho hợp với quy luật tiếp nhận tri thức” (3). Văn hóa đọc thể hiện sự lựa chọn phù hợp với trình độ, nhu cầu của người đọc và ứng xử

một cách có văn hóa với tài liệu, sách vở, đồng thời vận dụng tri thức để giải quyết các vấn đề trong xã hội.

Theo tác giả Nguyễn Hữu Viêm, “văn hóa đọc là một khái niệm có hai nghĩa, một nghĩa rộng và một nghĩa hẹp. Ở nghĩa rộng, đó là ứng xử đọc, giá trị đọc và chuẩn mực đọc của mỗi cá nhân, của cộng đồng xã hội và của các nhà quản lý và cơ quan quản lý nhà nước” (4). Như vậy, văn hóa đọc ở nghĩa rộng là sự hợp thành của ba yếu tố, hay chính xác hơn là ba lớp như ba vòng tròn không đồng tâm, ba vòng tròn giao nhau. Ở các quốc gia phát triển có nền văn hóa đọc cao, ba yếu tố đó phát triển khá đồng đều.

Ở nghĩa hẹp, văn hóa đọc là “ứng xử, giá trị và chuẩn mực đọc của mỗi cá nhân. Ứng xử, giá trị và chuẩn mực này cũng gồm ba thành phần: thói quen đọc, sở thích đọc và kỹ năng đọc” (5).

Trong nghiên cứu này, tác giả vận dụng quan niệm của Nguyễn Hữu Viêm về văn hóa đọc của cá nhân để nghiên cứu với đối tượng là giới trẻ TP.HCM.

Kỹ nguyên số

Theo *Từ điển Cambridge*, kỹ nguyên số (*Digital age*) là thời đại mà nhiều công việc được thực hiện bằng máy tính và một lượng lớn thông tin có sẵn nhờ vào công nghệ máy tính. Kỹ nguyên số được đặc trưng bởi công nghệ làm tăng tốc độ và phạm vi chuyển đổi tri thức trong nền kinh tế và xã hội (6). Công nghệ số và máy tính trở thành nền tảng chính cho sự phát triển và hoạt động của xã hội. Sự lan tỏa của internet, các thiết bị điện tử và các hệ thống thông tin thay đổi cơ bản cách chúng ta sống, làm việc và giao tiếp.

Trong kỹ nguyên số, internet là một phần thiết yếu trong cuộc sống của con người giúp tăng khả năng tiếp nhận thông tin và kết nối xã hội. Quá trình này có sự hỗ trợ của các thiết bị điện tử, máy tính, nền tảng ứng dụng có thể đáp ứng nhu cầu đa dạng của con người từ tương tác, làm việc đến mua sắm, giải trí. Chỉ trong thời gian ngắn, sự phát triển công nghệ dữ liệu lớn (*Big data*), 5G và trí tuệ nhân tạo (AI) đã tạo nên sự thay đổi mạnh mẽ trên toàn thế giới, với những thành tựu vượt xa trí tưởng tượng của con người.

Theo thống kê của *We Are Social*, ở Việt Nam hiện nay có khoảng 79,8 triệu người dùng internet, trong đó có 76,2 triệu người dùng mạng xã hội. Các mạng xã hội có số lượng người dùng nhiều là

Facebook, YouTube, Messenger, TikTok. Ước tính đến năm 2029, số lượng người dùng internet sẽ ở mức trên 100 triệu người. Theo đó, thời gian hoạt động của con người trên môi trường số sẽ gia tăng cùng với sự phát triển của các sản phẩm, dịch vụ số.

Kỹ nguyên số tác động đến thói quen, hành vi của con người, đặc biệt là giới trẻ, những người có khả năng tiếp cận nhanh chóng đến công nghệ, có xu hướng sử dụng công nghệ trong học tập, nghiên cứu, phục vụ công việc, giải trí... Văn hóa đọc của giới trẻ cũng có những thay đổi phù hợp với môi trường công nghệ cũng như tốc độ chuyển đổi số của các lĩnh vực, trong đó có hoạt động xuất bản, phát hành.

2. Phương pháp nghiên cứu

Để xác định thói quen, sở thích, cách thức đọc sách của giới trẻ hiện nay, tác giả sử dụng phối hợp phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng.

Nghiên cứu định tính sử dụng dữ liệu thu thập từ phỏng vấn sâu, quan sát tham dự và phân tích tài liệu. Tác giả thực hiện phỏng vấn đối tượng nghiên cứu trong độ tuổi từ 15 đến 30 để tìm hiểu kỹ về văn hóa đọc của họ trong bối cảnh hiện nay (10 người). Tác giả cũng tiến hành quan sát thực địa tại Đường sách TP.HCM, nơi tập trung nhiều gian hàng và khách hàng trẻ tuổi, nơi diễn ra nhiều hoạt động đa dạng về quảng bá và trưng bày để có thể khám phá hành vi của giới trẻ về việc đọc. Các tài liệu thứ cấp về văn hóa đọc, giới trẻ và kỹ nguyên số cũng được kế thừa và phát triển trong nghiên cứu cơ sở lý luận cũng như định hướng một số giải pháp phát triển văn hóa đọc cho giới trẻ trong làn sóng cách mạng công nghệ hiện nay.

Nghiên cứu định lượng sử dụng dữ liệu thu thập từ bảng khảo sát đối tượng nghiên cứu trong độ tuổi từ 15 đến 30 (100 phiếu khảo sát). Các dữ liệu này được tập hợp, xử lý, thống kê giúp đo lường, xác định được thói quen, nhu cầu của giới trẻ về việc đọc, cung cấp cơ sở cho việc xác định cách thức tác động vào đối tượng nghiên cứu một cách phù hợp.

Sự kết hợp hai phương pháp nghiên cứu trên vừa giúp khám phá, khai thác đối tượng nghiên cứu theo chiều sâu, vừa mang đến những thông tin có tính khái quát hóa, đồng thời đảm bảo sự khách quan và tin cậy của nghiên cứu. Những giải pháp đưa ra dựa trên sự đánh giá tương đối toàn diện về đối tượng nghiên cứu cùng với các bằng chứng khách quan sẽ mang tính thuyết phục và có giá trị thực tiễn cao hơn.

3. Kết quả nghiên cứu

Trong thời gian rảnh rỗi, giới trẻ có nhiều lựa chọn khác nhau như xem phim, nghe nhạc, lướt các trang web và nền tảng bán hàng online, tham gia các hoạt động ngoài trời... nhưng vẫn có khoảng 74% thích đọc sách. Việc đọc sách phục vụ cho nhiều mục đích như học tập, nghiên cứu, ứng dụng trong công việc, phát triển bản thân, giải trí... Trong đó, đọc sách để giải trí là phổ biến nhất (tỷ lệ lựa chọn khoảng 84%); đọc sách để phục vụ học tập, nghiên cứu vẫn là lựa chọn khá nhiều của giới trẻ với tỷ lệ 66%.

Thể loại sách mà giới trẻ TP.HCM thích đọc rất đa dạng: sách giáo khoa, sách tham khảo; sách kinh tế; sách chính trị, pháp luật; sách văn hóa, xã hội; sách khoa học, công nghệ; sách kỹ năng; sách thiếu nhi; sách văn học nghệ thuật. Trong đó, sách văn học nghệ thuật là mảng sách được giới trẻ đọc nhiều nhất với tỷ lệ 60%.

Giới trẻ đọc sách dưới các hình thức: sách giấy, sách điện tử, sách nói, tuy nhiên hầu hết thích đọc sách giấy (94%) song song với đọc định dạng sách điện tử (58%). Sách nói hiện nay chưa được giới trẻ lựa chọn nhiều (20%). Khi có nhu cầu đọc sách, giới trẻ thường mua trên các trang thương mại điện tử, tại các điểm bán sách trực tiếp. Nhiều bạn trẻ lựa chọn đọc sách trên mạng tại các trang web miễn phí.

Tùy thuộc vào nội dung, thể loại giới trẻ chọn nhiều cách đọc như đọc chậm và tưởng tượng, đọc và so sánh, đọc và phân tích, đọc kỹ để hiểu thông tin, đọc lướt để lấy thông tin. Trong đó, việc đọc kỹ để hiểu thông tin là cách đọc phổ biến hơn cả trong giới trẻ với tỷ lệ lựa chọn (65%).

Sự ra đời của các công cụ tìm kiếm, đặc biệt là sự phổ biến của trí tuệ nhân tạo AI với nhiều tính năng vượt trội đã thu hút sự quan tâm, sử dụng của giới trẻ. Theo kết quả khảo sát, 57% bạn trẻ thường xuyên sử dụng công cụ tìm kiếm thay vì tra cứu thông tin trên sách. Chỉ 7,5% bạn trẻ ít khi sử dụng công cụ tìm kiếm thay thế cho việc đọc sách. Giới trẻ cho rằng sử dụng các công cụ tìm kiếm có các ưu điểm nổi trội như nhanh chóng, tiện lợi, tuy nhiên hạn chế là thông tin có thể không chính xác, thông tin ngắn gọn, chưa đáp ứng nhu cầu tìm hiểu, nghiên cứu sâu, dễ quên và không tạo nên tư duy có tính hệ thống.

Trong bối cảnh sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin và các loại hình giải trí, nhìn chung

giới trẻ TP.HCM vẫn có nhu cầu đọc sách tương đối cao. Nền tảng đọc sách qua các cấp học góp phần hình thành nhu cầu và thói quen đọc sách. Hiểu rõ các thể loại sách phù hợp với tâm lý, sở thích của giới trẻ để xuất bản và cung cấp đến tay bạn đọc sẽ góp phần duy trì và thúc đẩy việc đọc.

Nhu cầu đọc đa dạng về nội dung và hình thức, trong đó hình thức đọc hiện đại gắn với công nghệ có xu hướng tăng. Công nghệ xuất bản phát triển mang đến sự lựa chọn đa dạng về hình thức đọc sách. Hiện nay, giới trẻ vẫn quen với việc đọc sách giấy, nhưng bắt đầu dịch chuyển sang đọc sách điện tử và nghe sách nói. Trong tương lai gần, các định dạng sách này sẽ trở nên quen thuộc và được giới trẻ sử dụng nhiều hơn. Việc phát triển các phiên bản khác nhau giúp khai thác tối đa tiềm năng của khách hàng. Bên cạnh đó, giới trẻ có xu hướng tìm kiếm thông tin về sách trên internet và mua hàng qua các trang thương mại điện tử, trang web, các nền tảng xuất bản, phát hành vì sự nhanh chóng, thuận tiện.

Giới trẻ có xu hướng sử dụng các công cụ tìm kiếm và điều này có khả năng ảnh hưởng đến nhu cầu đọc sách. Các công cụ tìm kiếm cung cấp thông tin ngắn gọn, nhanh chóng theo yêu cầu làm giảm nhu cầu một số loại sách có tính chất thông tin. Về lâu dài, điều này sẽ ảnh hưởng đến thói quen đọc của giới trẻ từ việc đọc kỹ, đọc để hiểu sang đọc nhanh, đọc để nắm bắt những thông tin chi tiết cụ thể và làm giảm sự kiên trì đối với việc đọc những loại sách có dung lượng lớn, cần sự tiếp cận sâu sắc. Các công cụ tìm kiếm hiện nay còn một số hạn chế như thông tin chưa được kiểm chứng, thiếu tính hệ thống, thiếu chiều sâu... Nhưng với sự phát triển công nghệ mạnh mẽ, các công cụ tìm kiếm sẽ ngày càng hoàn thiện, có khả năng thay thế một số loại sách hoặc làm suy giảm nhu cầu đọc sách. Điều này đặt ra thách thức không nhỏ đối với việc duy trì sự yêu thích đọc sách của giới trẻ.

4. Một số gợi ý phát triển văn hóa đọc của giới trẻ TP.HCM trong kỷ nguyên số

Sự phát triển công nghệ trong kỷ nguyên số mang đến những cơ hội thúc đẩy văn hóa đọc của giới trẻ như cung cấp các phương tiện giúp đọc sách thuận tiện hơn như điện thoại thông minh, máy đọc sách, ipad, máy tính... với nhiều định dạng phù hợp với sở thích cá nhân và điều kiện sử dụng như sách in, sách điện tử, sách nói, sách thực tế ảo... Tuy nhiên, cũng tiềm ẩn nguy cơ làm suy giảm nhu cầu đọc sách. Giới trẻ có thể lựa chọn các hình thức giải trí khác

trong thời gian rảnh rỗi như tham gia cộng đồng mạng, mua sắm, xem phim, nghe nhạc... thay vì đọc sách. Ngay cả khi có nhu cầu tìm kiếm thông tin, tri thức, vẫn có các phương tiện thay thế cho sách. Vì vậy, để phát triển văn hóa đọc của giới trẻ, tạo nền tảng tư duy hệ thống, bồi dưỡng đạo đức, xây dựng tình cảm, định hình nhân cách, cần có cách tiếp cận phù hợp với văn hóa đọc của giới trẻ hiện nay. Tác giả đưa ra một số gợi ý như sau:

Ứng dụng công nghệ để phát triển các công cụ giúp theo dõi và phân tích hành vi mua của giới trẻ trên các nền tảng nhằm nhận diện xu hướng chung cũng như đặc điểm cá nhân để có chiến lược tiếp thị và cung ứng sản phẩm hiệu quả. Các công cụ này giúp các đơn vị xuất bản cập nhật xu hướng đọc của giới trẻ về thể loại sách yêu thích, tác giả được yêu thích, định dạng sách và mức giá phù hợp. Dựa trên dữ liệu thu thập được, các đơn vị kinh doanh có thể xây dựng danh mục sản phẩm gợi ý cho từng khách hàng cá nhân để tối ưu hóa chi phí và giúp giới trẻ dễ dàng tìm được cuốn sách mà họ mong muốn.

Đa dạng hóa các loại hình sản phẩm và dịch vụ để khai thác tối đa nhu cầu của khách hàng. Với một tựa sách, nên xuất bản các định dạng khác nhau (sách giấy, ebook, audiobook, postcard, sách thực tế ảo VR...) để giới trẻ lựa chọn phù hợp với sở thích và điều kiện sử dụng. Phát triển loại sách có nội dung tóm tắt, ngắn gọn đáp ứng nhu cầu đọc nhanh, đọc tìm kiếm thông tin của nhiều bạn trẻ. Phát triển dịch vụ tra cứu và cung cấp nội dung theo nhu cầu đảm bảo nhanh chóng, thuận tiện, chất lượng, có nguồn gốc (bản quyền).

Đẩy mạnh các chương trình truyền thông về ấn phẩm xuất bản trên môi trường trực tuyến, nơi giới trẻ thường tương tác. Sử dụng các trang mạng xã hội phổ biến hiện nay như Facebook, YouTube, Instagram, TikTok, Wattpad... để giới thiệu về sách thông qua các video sinh động cùng với trích dẫn hay review ấn tượng. Tổ chức các diễn đàn để giới trẻ giao lưu, trao đổi, chia sẻ về việc đọc, từ đó có thể nhận diện nhu cầu và xu hướng đọc để cung ứng sản phẩm phù hợp. Thiết kế các nền tảng phát hành xuất bản phẩm thân thiện, dễ thao tác, dễ sử dụng để thu hút khách hàng. Mời các nhân vật nổi tiếng, có tầm ảnh hưởng trong xã hội tham gia chiến dịch truyền thông để thu hút sự chú ý của giới trẻ và định hướng nhu cầu cũng như khuyến khích việc đọc.

Phát triển không gian văn hóa đọc hấp dẫn để thu hút giới trẻ tham gia. Đối với giới trẻ, nhu cầu đọc không chỉ đơn thuần là tiếp nhận thông tin, tri thức mà còn tích hợp nhu cầu khác như giao lưu, thẩm mỹ, thưởng thức, thể hiện bản thân... Tại TP.HCM, các không gian văn hóa như đường sách, công viên sách, hội sách... được giới trẻ quan tâm và yêu thích, trở thành điểm đến quen thuộc để mua sách, đọc sách, tham quan, chụp hình, tham dự sự kiện... Từ sự thành công của các mô hình không gian văn hóa đọc, cần tiếp tục phát triển các không gian hiện đại, ứng dụng công nghệ để gia tăng trải nghiệm sáng tạo nhằm thúc đẩy một cách mạnh mẽ nhu cầu đọc của giới trẻ.

Xây dựng văn hóa đọc trong gia đình, nhà trường là nền tảng quan trọng để định hình thói quen, sở thích và phương pháp đọc sách của mỗi con người. Bồi dưỡng thế hệ trẻ có thói quen đọc sách, biết yêu quý và trân trọng sách từ khi còn nhỏ mới có thể hình thành thói quen đọc sách lâu dài, góp phần phát triển trí tuệ, nhân cách thế hệ tương lai, xây dựng TP.HCM thông minh, sáng tạo, phát triển bền vững ■

T.T.Q

1, 2. Cao Thanh Phước, *Phát triển văn hóa đọc cho thiếu nhi khu vực Tây Nguyên*, Luận án Tiến sĩ Thông tin - Thư viện, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội, Hà Nội, 2017, tr.17, 18.

3. Lê Ngọc Tuyền, Lê Thị Thúy Hằng, *Vận dụng văn hóa đọc của Hồ Chí Minh để thúc đẩy văn hóa đọc hiện nay*, *vanhoanghethuat.vn*, 18-11-2021.

4, 5. Nguyễn Hữu Viêm, *Văn hóa đọc và phát triển văn hóa đọc ở Việt Nam*, Tạp chí *Thư viện Việt Nam*, số 1, 2009, tr.19, 26.

6. Shepherd, J., *What is the digital era? (Kỷ nguyên số là gì)*, *igi-global.com*.

Tài liệu tham khảo

1. Trần Giang Sơn (biên dịch), *Kỷ nguyên trí tuệ nhân tạo*, Nxb Hồng Đức, Hà Nội, 2017.

2. *Digital - age (Kỷ nguyên số)*, *ictionary.cambridge.org*.

3. Đài Tiếng nói Việt Nam, *Giới trẻ với văn hóa đọc thời kỷ nguyên số*, *vov.gov.vn*, 14-11-2021.

4. Thái Linh, *Tương lai internet Việt Nam hứa hẹn nhiều đột phá nhờ công nghệ mới*, *mic.gov.vn*, 28-12-2024.

Ngày Tòa soạn nhận bài: 27-2-2025; Ngày phân biện, đánh giá, sửa chữa: 25-3-2025; Ngày duyệt đăng: 31-3-2025.